



## **CIUDAD PICASSO**

Rogelio López Cuenca

Galería Juana de Aizpuru / Madrid

Del 5 de noviembre al 10 de diciembre de 2011



La exposición **CIUDAD PICASSO** - un ensayo visual sobre la ciudad, utilizando la fórmula de Boris Groys, en la época de su reproductibilidad turística - forma parte del proyecto en curso **SURVIVING PICASSO / SOBREVIVIR A PICASSO**, que toma como objeto de estudio el fenómeno desencadenado en la ciudad de Málaga a partir de la inauguración en octubre de 2003 del museo dedicado al pintor; este evento, si bien no inaugura el proceso, sí representa el punto culminante de lo que podríamos llamar la *picassización* de la ciudad de Málaga – y su envés, la no menos forzada, *malagueñización* de la figura de Picasso.

**CIUDAD PICASSO** busca configurarse como un ensayo crítico y a la vez como experimento creativo; una propuesta de reflexión que no deje de explotar las posibilidades expresivas de las prácticas artísticas; y una propuesta artística que desborde los límites de las diversas disciplinas de análisis de los procesos culturales. Por eso se construye como un montaje – o un *collage*, por citar una técnica cuya invención o reinención moderna no pocos autores atribuyen a Picasso –, una combinación de elementos preexistentes que se presenta en dos planos simultáneos: como una instalación/exposición, por un lado y, por otro, en una publicación que incluye una recopilación de escritos que, a través de fragmentos de discursos teóricos, aventuran lecturas críticas desde el cruce entre estudios científicos y creación literaria. Los autores de los textos, además del propio López Cuenca son Helena Chaves MacGregor, Willy Kautz, Jorge Luis Marzo, Montse Romaní, Eduardo Ramírez, Alfredo Rubio Díaz, Mariano de Santa Ana y Elo Vega.



Federico Beltrán, Joaquín Marín, Puri Pineda y Tere Porras.

CLAUDE PICASSO conversa con uno de los invitados al acto de ayer en el Palacio de la Aduana.

ANTONIO BANDERAS, con su padre, Paul Schwartzbaum.

Crónica del acontecimiento cultural más importante de la historia de la ciudad

# Málaga, capital Picasso

...se saben de estas... nunca antes hubo Málaga con gentada y tan releda, regional, nacional, como en la yer del Museo. No se equivocan. Así así debía tener altura. Desde los Don Juan Carlos ando por el pre-Chaves, número la Junta, con Carbeza, la ministra del Castillo, la ex el alcalde de Málaga Torre, Luciano Banderas, Melacia Bossé, Paola ironesa Thyssen, via Victoria Abenleam, Santiago de s de Ybarra, Emin Gibson, John Hellé, Carlos Álvaro, Antonio Meli-

Braulio Medel, Ricardo Arranz, José Prados, Francisco Pérez, Rafael del Pino, Francisco Vera, Rafael Domínguez de Gor, Eugenio Carmena Mato, Marilyn McCully, Francisco Rivera Ordóñez, Vittorio y Luccino, Antonio Díez de los Ríos, Javier Ojeda, Pepón Nieto, Ángel Garó, Teófila Martínez, Isabel García Lorca, delegado del Gobierno en Anda-

Pendón, Remedios Cervantes... Una fiesta con caché, con la familia Picasso feliz y contenta. Al frente de todos ellos, los impulsores, los mecenas de esta hermosa historia de amor que ha sido el reencuentro de Picasso y Málaga: Christine Ruiz-Picasso y su hijo Bernard, marro y nieto del malagueño más universal. Bernard con su encanta-

galerista parisina, y sus hijos, George y Olga, dos pequesines de apenas dos años de edad que hicieron las delicias de todos. Claude, Paloma y Maya, hijos de Picasso, también estuvieron en el acontecimiento, así como la saga de los Vilató. Un acontecimiento al que no faltaron, obviamente, todas las autoridades locales y nacionales

señor Donado Sol... derie de la Cámara Jerónimo Pérez C mucho peso en el los directores de l so de París y Bae del Guggenheim Moma de Nueva Sofía, del Prado... l té nadie. Ni de Es España. Málaga... Galeristas, expe toriadores... Tod el maravilloso mu so de todos porq dad de Picasso y familia Picasso. nez era la mujer n mundo.

La recepción o iba a ser en La A mal tiempo lo in sante lleva desa al aire libre y se visar el acto en Aduana, estupef hecho como habilita

## OTRA HISTORIA

**CIUDAD PICASSO** se plantea como una tentativa de enfrentar el problema de la representación a través de la sinécdoque, de la sustitución de la totalidad de una realidad dada por lo que no puede sino limitarse a una colección de fragmentos susceptibles de representarla. El reto no es otro que el de escribir con imágenes, a través del montaje de las imágenes, agrupando, al modo del *Libro de los Pasajes* de Benjamín, en forma de constelaciones, imágenes sometidas a la caducidad a que las condena la actualidad fugaz de las noticias, y que sólo fuera de su contexto y circulación, desfuncionalizadas, pueden revelar su rostro más real: el

diario atrasado, el recorte de prensa, paradigma de lo obsoleto, lo pasado de moda, lo anticuado, allí donde Benjamín ve la posibilidad de una historiografía “otra”.

La opción por la relectura de aquellos signos expulsados del régimen de la novedad implica la reclamación de que la narración sigue abierta: despertar fragmentos en principio dispersos y elaborar con ellos un nuevo texto, cuya disposición haga posibles modos alternativos de relato que desafíen el formato dominante, unívoco y unidireccional, un texto polifónico, dialógico, abierto a la inexcusable interacción creativa del lector.



## **LA CIUDAD CULTURAL**

Como en el caso de otras ciudades víctimas del derrumbe del capitalismo industrial, Málaga intenta resistir a esta crisis apostando por su transformación en objetivo del turismo cultural. Esta operación se desarrolla en torno a la figura central de Pablo Picasso - nacido en esta ciudad en 1881 y donde vivió los primeros diez años de su vida - mediante la señalización de espacios físicos marcados por referencias a la infancia del pintor. Si bien el inicio de este proceso de rotulación se remonta a 1961, año en que se colocó una placa conmemorativa en la fachada de la casa natal del artista, será a partir de la apertura del Museo Picasso en la ciudad, en 2003, cuando de comienzo lo que podríamos llamar la “picassización” de Málaga – fenómeno que comprende tanto los proyectos institucionales como las iniciativas de la empresa privada, y que conducirá al rediseño del antiguo centro de la ciudad a modo de parque temático en torno a la figura del pintor.



### **COBRANDIG (A): LA PICASSIZACIÓN DE MÁLAGA**

La marca Picasso ha demostrado con creces su capacidad para vincularse a cualquier tipo de producto – desde perfumes hasta automóviles-. La centralidad que las industrias culturales gozan en el contexto de la economía postfordista ha convertido el *cobranding* Málaga-Picasso en un caso de estudio ideal a la hora de analizar el modo ejemplar en que ejecutan los procesos de transformación monumentalizadora y espectacularizadora que la lógica del mercado turístico mundial exige de las ciudades en liza en el mercado global de las imágenes..

Málaga no es la única marca que se reclama radicalmente ligada a la figura de Picasso – como ciudad picassiana comparte este título no sólo con Barcelona y París sino también con, por ejemplo, A Coruña u Horta de Sant Joan. El nombre del pintor se asocia con frecuencia a todo tipo de empresas, a cuyos productos y servicios aporta un capital simbólico y plusvalía indiscutibles.



### **COBRANDING (B): LA MALAGUEÑIZACIÓN DE PICASSO**

La inauguración del Museo Picasso Málaga ha tenido lugar en un contexto histórico, económico y cultural muy diferente a, por ejemplo, aquellos en los que se abrieron los de Barcelona o París. El proceso de competencia entre ciudades por situarse en el mercado global de las imágenes ha sido determinante en la “recuperación” y explotación de los aspectos que supuestamente distinguen a Picasso como incontestable e inconfundiblemente malagueño... a la vez que quintaesencia de lo andaluz e inequívocamente “español, español, español”: no sólo desde su engarce dentro de la historia de la pintura española (Velázquez, las Meninas...) y su familiaridad con la mitología propia de lo español (el Quijote), sino su *packaging* comercial junto a manifestaciones culturales - a las que el artista, por otro lado, no era en modo alguno ajeno - profundamente arraigadas en el imaginario nacional e internacional desde el siglo XIX: el flamenco y los toros.



### EL TURISMO, DEFINITIVO POST-ISMO

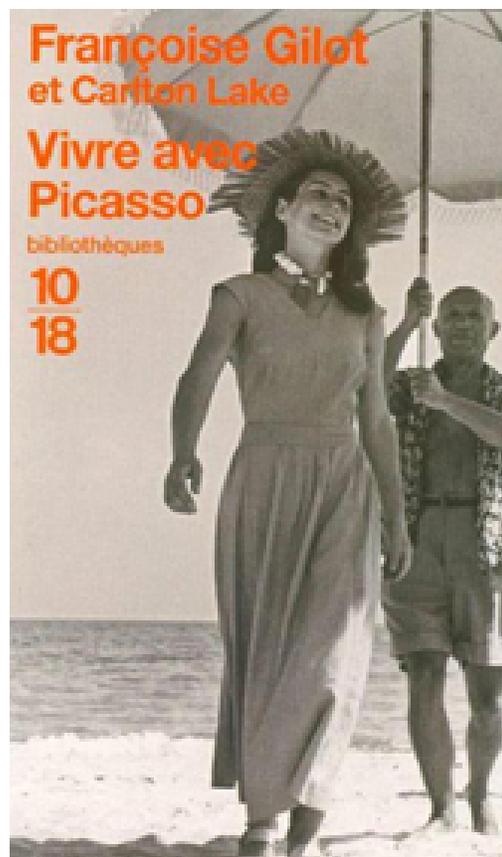
Como señala Dean MacCannell, en *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*, en las sociedades contemporáneas, en los países desarrollados, los valores sociales básicos se alejan progresivamente del ámbito del trabajo para encontrarse en el reino del ocio, y su expansión ideológica está indisolublemente ligada a la experiencia turística, que deja de ser, a lo largo del siglo XX, la marca de prestigio de una clase social privilegiada para convertirse en una experiencia universal, mediante la generalización de la convicción de que la vida, la gran vida, la verdadera vida no puede sino encontrarse alejada de la vida cotidiana. Cuanto más se hunde el individuo en la vida cotidiana más se le recuerda que la libertad y la autenticidad está en otro lugar, estimulándolo a la búsqueda de lo genuino, de lo verdadero, de la experiencia real que debe de existir en algún lugar – en “otro” lugar siempre, *n’importe où hors du monde* - adonde debemos ir a buscar la gran oportunidad de una experiencia real. La hiperrealidad turística se convierte en el paradigma de la experiencia y el consumo en la forma exclusiva de relación social.



### ***SOUVENIR, SOUVENIR***

Nuestra vida diaria se encuentra entretejida con *souvenirs* de la vida en otras partes: jarras, vasos, delantales, corbatas, naipes, ceniceros, bandejas y todo tipo de objetos y utensilios del hogar. La reproducción mecánica del objeto de culto culmina el proceso de sacralización del objeto auténtico, en la creación de grabados fotografías, modelos o efigies del original, que son a su vez exhibidos y valorados en su condición vicaria. Esta fase de la reproducción mecánica de la sacralización es la que mayor responsabilidad conlleva en cuanto a movilizar al turista en la búsqueda del objeto real, pues además de las copias, es necesario que exista el *Objeto Real*.

La integración turística de la sociedad asemeja a un catálogo de formas desplazadas, las atracciones turísticas poseen la misma estructura que las diferenciaciones del mundo moderno: elementos extraídos de sus contextos naturales, históricos y culturales acompañan a otros objetos y personas igualmente desplazados o modernizados. Las diferenciaciones *son* las atracciones.



## SOBREVIVIR A PICASSO

En 1996, James Ivory dirigió el largometraje *Surviving Picasso*, basado en la biografía *Picasso, Creator and Destroyer* (1996), de Arianna Stassinopoulos Huffington, si bien el título hace un evidente guiño, no exento de humor, a las memorias de la pintora Françoise Gilot, *Vivre avec Picasso* (1965), donde ésta narra la complejidad y dificultades de sus años de convivencia con el artista.

**SURVIVING PICASSO / SOBREVIVIR A PICASSO** se propone desdramatizar la abrumadora presencia de la figura de Picasso en la narración cultural oficial de la ciudad de Málaga y preguntarse, mediante el ejercicio de una especie de psicoanálisis colectivo, ¿hay posibilidad de vida -inteligente, hay que puntualizar- después de Picasso?, ¿qué arte y qué cultura podemos proponer en este contexto?

## ARTE Y MECENAZGO

Tanto la exposición como la publicación **CIUDAD PICASSO** se han realizado gracias al premio otorgado por la Fundación Arte y Mecenazgo en su primera edición (2011) a Juana de Aizpuru en su categoría de Galerista, "por su contribución al desarrollo de la creación artística en España, con una trayectoria profesional de cuatro décadas contribuyendo a la difusión y apoyo de los artistas".

